

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS
MENGUNAKAN MODEL QSPM (*QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX*) PADA TOKO SO
MOTOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Caroline Adriyana I.P.

NPM : 2017610182



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Caroline Adriyana Indrawan Putri
NPM : 2017610182
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN MODEL QSPM
(*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*) PADA TOKO SO
MOTOR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 3 September 2021

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Prof. Dr. Paulus Sukapto, Ir., M.B.A.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Caroline Adriyana Indrawan Putri

NPM : 2017610182

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERANCANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN MODEL QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*) PADA TOKO SO MOTOR”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 6 Agustus 2021

Caroline Adriyana I.P.
2017610182

ABSTRAK

Toko SO Motor merupakan toko yang menawarkan sparepart sepeda motor. Toko SO Motor berdiri pada tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Raya Cilebut No.35, Cilebut Timur. Dalam beberapa tahun ini, Toko SO Motor mengalami penurunan penjualan dan tidak mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui model bisnis yang dimiliki saat ini masih relevan untuk digunakan dan memberikan rancangan serta evaluasi strategi bisnis yang tepat menggunakan model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode antaran lain identifikasi internal dan eksternal perusahaan, Matriks SWOT, Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), Matriks EFE (*External Factor Evaluation*), Matriks Internal-Eksternal, Matriks TOWS, Matriks QSPM, serta formulasi strategi bisnis. Identifikasi internal yang dilakukan meliputi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan. Identifikasi eksternal yang dilakukan antara lain PEST *Analysis*, *Porter Five Force's Analysis*, peluang, serta ancaman. Faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi akan dilakukan evaluasi dengan matriks IFE, matriks EFE, dan matriks Internal-Eksternal untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini. Selanjutnya matriks TOWS dan QSPM digunakan untuk membuat alternatif strategi bisnis bagi perusahaan.

Hasil penelitian yang didapatkan Toko SO Motor berada pada kuadran V atau *hold and maintain*. Pada posisi ini Toko SO Motor dapat melakukan strategi *market penetration* dan *product development*. Toko SO Motor dapat menjalankan strategi *low cost leadership*. Strategi ini dilakukan dengan menawarkan produk kepada konsumen dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya yang sejenis.

ABSTRACT

SO Motor shop is a shop that offers motorcycle spareparts. SO Motor shop was established in 2016 which is located on Jl. Raya Cilebut No.35, East Cilebut. In recent years, the SO Motor Store has experienced a decline in sales and has not achieved the sales target that has been set. The research conducted has the aim of knowing the current business model that is still relevant to use and providing the right business strategy design and evaluation using the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) model.

This research was conducted using several methods including internal and external identification of the company, SWOT Matrix, IFE Matrix (Internal Factor Evaluation), EFE Matrix (External Factor Evaluation), Internal-External Matrix, TOWS Matrix, QSPM Matrix, and business strategy formulation. Internal identification carried out includes the strengths and weaknesses of the company. External identification carried out included PEST Analysis, Porter's Five Forces Analysis, opportunities, and threats. Internal and external factors that have been identified will be evaluated using the IFE matrix, EFE matrix, and Internal-External matrix to determine the company's current position. Furthermore, TOWS and QSPM matrices are used to create alternative business strategies for the company.

The results obtained by the SO Motor Store are in quadrant V or hold and maintain. In this position, SO Motor Store can carry out market penetration and product development strategies. SO Motor stores can implement a low cost leadership strategy. This strategy is carried out by offering products to consumers at lower prices compared to other similar competitors.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena berkat kasih dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Perancangan Strategi Bisnis Menggunakan Model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) pada Toko SO Motor di Cilebut” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Teknologi Industri Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan. Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang telah membantu selama proses pembuatan skripsi ini, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat yang melimpah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
2. Bapak Prof. Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi dan memberikan arahan selama pembuatan laporan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Fransiskus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji yang memberikan saran yang membangun sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Supardhy Oranto selaku pemilik Toko SO Motor telah membantu memberikan tenaga, waktu, dan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Papa, Mama, Jessica O., dan William O. tercinta yang telah memberikan dukungan serta perhatian dan mendoakan penulis sejak awal masuk kuliah hingga sekarang.
6. Claresta Vega Audrey, Clara Dwiana, Claudia Kinsky I. dan Sandrine Ayu yang telah menjadi sahabat bagi penulis dari SMA hingga sekarang yang selalu siap mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat.
7. Alvin Rivaldi yang telah menemani penulis dalam menyusun skripsi dan memberikan dukungan.
8. Levi Kristanti, dan Metta Carana yang telah menjadi sahabat bagi penulis selama masa perkuliahan yang selalu siap mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, serta membantu dalam pengerjaan.
9. Joshua Leonardo, Dimas Anindito, Margaretha Angeline dan S.PSM yang telah menjadi sahabat bagi penulis selama masa perkuliahan, di PSM, dan di luar perkuliahan serta memberikan dukungan dan canda tawa selama ini.

10. Clara Shinta, Rudy Himawan, Herlambang Dwi, Fahmi Zulfikar A., Daniel F., Andhika A., Ari, M. Rangga, M. Jusa, dan Rizaldy Aditya yang telah menemani penulis dalam menyusun skripsi serta dukungan.

Penulis berharap agar laporan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca berkenan memberikan kritik serta saran yang membangun dari semua pihak. Terima kasih.

Bandung, 8 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-13
I.4 Tujuan Penelitian	I-13
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian	I-14
I.7 Sistematika Penulisan	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Manajemen Strategi	II-1
II.2 Pemasaran.....	II-2
II.3 <i>Porter's Five Forces Analysis</i>	II-3
II.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan	II-5
II.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	II-5
II.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	II-6
II.5 Matriks SWOT	II-7
II.6 Matriks IFE-EFE	II-10
II.7 Matriks Internal-Eksternal (IE)	II-12
II.8 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	II-13
II.9 <i>PESTEL Analysis</i>	II-15
II.10 <i>Pairwise Comparison</i>	II-16
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Deskripsi Perusahaan	III-1
III.2 Profil Konsumen.....	III-3

III.3 Profil Kompetitor.....	III-5
III.4 Identifikasi Faktor Internal	III-7
III.4.1 Kekuatan Toko SO Motor	III-7
III.4.2 Kelemahan Toko SO Motor	III-9
III.5 Identifikasi Faktor Eksternal	III-10
III.5.1 PEST <i>Analysis</i>	III-10
III.5.2 <i>Porter Five Force's Analysis</i>	III-20
III.5.3 Peluang Toko SO Motor	III-26
III.5.4 Ancaman Toko SO Motor	III-32
III.6 Matriks SWOT.....	III-34
III.7 Matriks IFE	III-35
III.8 Matriks EFE	III-37
III.9 Matriks IE	III-38
III.10 Perancangan Matriks TOWS.....	III-39
III.11 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	III-41
III.12 Formulasi Strategi Bisnis bagi Toko SO Motor	III-43
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Kondisi Perusahaan Saat Ini.....	IV-1
IV.2 Analisis PEST	IV-2
IV.3 Analisis <i>Porter Five Force's Analysis</i>	IV-6
IV.4 Analisis Matriks IFE	IV-8
IV.5 Analisis Matriks EFE	IV-9
IV.6 Analisis Matriks IE	IV-10
IV.7 Analisis Matriks TOWS	IV-11
IV.8 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	IV-14
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-1
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2015-2019	I-2
Tabel I.2	Daftar Toko Sparepart dan Bengkel Motor di Cilebut	I-6
Tabel I.3	Profil Responden Wawancara	I-7
Tabel I.4	Frekuensi Transaksi, Teknik Pembelian, serta Kepuasan Responden	I-8
Tabel I.5	Kelebihan dan Kekurangan Toko SO Motor	I-9
Tabel II.1	Saaty's <i>Scale</i>	II-16
Tabel III.1	Daftar Konsumen Toko SO Motor.....	III-6
Tabel III.2	Jumlah Kendaraan Bermotor pada Tahun 2020 Menurut BPS	III-15
Tabel III.3	PEST <i>Analysis</i> Toko SO Motor	III-20
Tabel III.4	Daftar Pesaing Toko SO Motor	III-24
Tabel III.5	Skala Penilaian <i>Rating</i>	III-36
Tabel III.6	Matriks IFE Toko SO Motor	III-37
Tabel III.7	Matriks EFE Toko SO Motor	III-38
Tabel III.8	Matriks IE Toko SO Motor	III-39
Tabel III.9	Matriks TOWS Toko SO Motor	III-40
Tabel III.10	Hasil Perhitungan QSPM Toko SO Motor	III-42

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Peningkatan Jumlah Pengendara Sepeda Motor di Indonesia ...	I-2
Gambar I.2	Tampak Depan Toko SO Motor	I-3
Gambar I.3	Grafik Angka Penjualan Toko SO Motor	I-4
Gambar I.4	<i>Plotting</i> Sparepart dan Bengkel Sepeda Motor di Cilebut	I-5
Gambar I.5	Grafik Jumlah Kategori Jenis Sparepart dan Bengkel di Cilebut	I-7
Gambar I.6	Alasan Berbelanja ke Toko SO Motor	I-11
Gambar I.7	Tahapan Metodologi Penelitian	I-16
Gambar II.1	<i>Five Force Porter's Model</i>	II-3
Gambar II.2	Matriks SWOT.....	II-9
Gambar II.3	Contoh Matriks IFE	II-10
Gambar II.4	Contoh Matriks EFE	II-11
Gambar II.5	Matriks IE.....	II-12
Gambar II.6	Contoh Matriks QSPM	II-14
Gambar III.1	Tampak Samping Toko SO Motor	III-2
Gambar III.2	Pola Kedatangan Konsumen Toko SO Motor.....	III-3
Gambar III.3	Profil Konsumen Toko SO Motor Berdasarkan Jenis Kelamin...	III-4
Gambar III.4	Profil Konsumen Toko SO Motor Berdasarkan Domisili	III-4
Gambar III.5	Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dalam 5 Tahun Terakhir.....	III-13
Gambar III.6	Tingkat Inflasi Indonesia	III-14
Gambar III.7	Perbedaan Pengguna Sepeda Motor dengan Mobil Tahun 2020	III-17
Gambar III.8	Jumlah Pengguna Internet Tahun 2021	III-18
Gambar III.9	<i>Porter's Five Forces</i> Toko SO Motor	III-26
Gambar III.10	Grafik Penjualan Sepeda Motor di Indonesia	III-27
Gambar III.11	Pertumbuhan Penduduk Indonesia	III-28
Gambar III.12	Sebaran Penduduk Indonesia Menurut Wilayah.....	III-29
Gambar III.13	Persentase Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia	III-30

Gambar III.14 Peningkatan Jumlah Pengendara Sepeda Motor di Indonesia	III-31
Gambar III.15 Matriks SWOT.....	III-35
Gambar III.16 Saaty's <i>Scale</i>	III-36

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A PERHITUNGAN BOBOT FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dipaparkan hal-hal yang menjadi pendahuluan penelitian ke dalam tujuh subbab terpisah. Pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut penjelasan dari subbab-subbab yang dijabarkan.

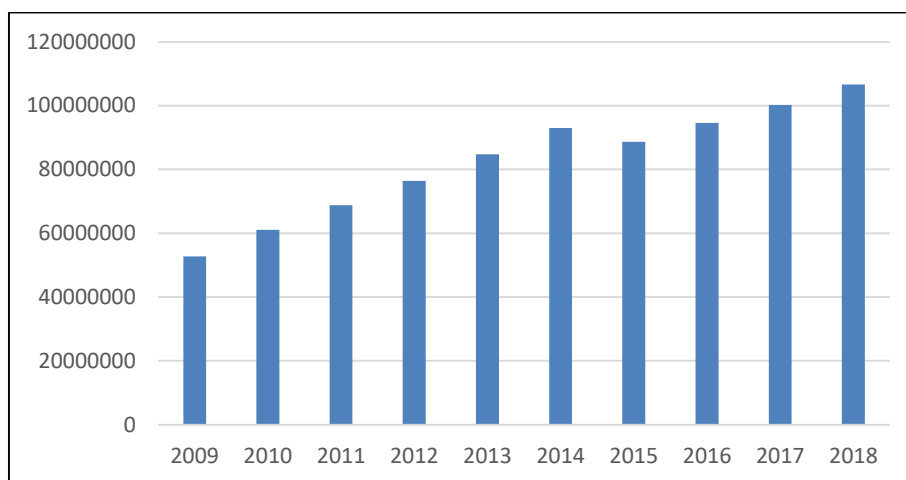
I.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan kegiatan untuk memilih atau memutuskan alternatif-alternatif pilihan pengadaan fasilitas transportasi untuk mencapai tujuan optimal yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan sumber daya yang ada secara efisien (Miro, 2005). Transportasi dibagi menjadi tiga bagian yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Alat transportasi darat merupakan jenis transportasi yang paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Contoh umum dari alat transportasi darat adalah mobil, sepeda motor, sepeda, kereta api, bus, dan truk. Salah satu kendaraan darat yang paling digemari di Indonesia adalah sepeda motor.

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena sangat praktis digunakan terutama di daerah pada lalu lintas dan efisien dalam penggunaan bahan bakar serta biaya perawatannya. Alasan sepeda motor digemari di Indonesia khususnya di kota-kota besar antara lain adalah sebagai solusi untuk menghindari kemacetan. Penggunaan motor untuk kegiatan sehari-hari tergolong murah karena penggunaan bahan bakar yang irit seperti 1 liter bensin dapat menempuh 40 hingga 60 km sesuai dengan kondisi motor, jenis, dan kondisi jalan yang dilewati. Pada tahun 2019, penjualan motor mengalami peningkatan dikarenakan harga transportasi yang cukup terjangkau bagi kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Menurut Ketua Bidang Komersial Industri Sepeda Motor Indonesia (*Indonesia Pasar Sepeda Motor Terbesar Ke-3 di Dunia: Okezone Otomotif*, n.d.), Indonesia merupakan pasar sepeda motor yang memiliki potensial di dunia dan

menempati posisi terbesar ketiga di dunia setelah Tiongkok dan India. Indonesia memiliki 271 juta penduduk yang tinggal di lebih 23 ribu pulau di Indonesia yang memiliki sistem transportasi yang tidak baik khususnya di kota-kota kecil. Hal ini membuat Indonesia menjadi potensi pasar yang sangat besar bagi pabrikan sepeda motor. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik dalam 10 tahun terakhir yaitu dari tahun 2009-2018 terjadi peningkatan jumlah pengendara sepeda motor di Indonesia. Berikut dipaparkan Gambar I.1 merupakan hasil data peningkatan jumlah pengendara sepeda motor di Indonesia.



Gambar I.1 Peningkatan Jumlah Pengendara Sepeda Motor di Indonesia
(Sumber: Badan Pusat Statistik 2019)

Meningkatnya jumlah pengendara sepeda motor di Indonesia maka dapat menjadi peluang bagi pengusaha bidang khususnya otomotif kendaraan roda dua atau sepeda motor. Saat ini, industri sepeda motor Indonesia masih didominasi oleh perusahaan otomotif Jepang seperti Honda, Yamaha, Kawasaki, dan Suzuki. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, hasil peningkatan penjualan motor dapat dilihat pada Tabel I.1 yang berisi data penjualan sepeda motor.

Tabel I.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2015-2019

Tahun	Total Distribusi Domestik
2015	6.480.155
2016	5.931.285
2017	5.886.103
2018	6.383.108
2019	6.487.460

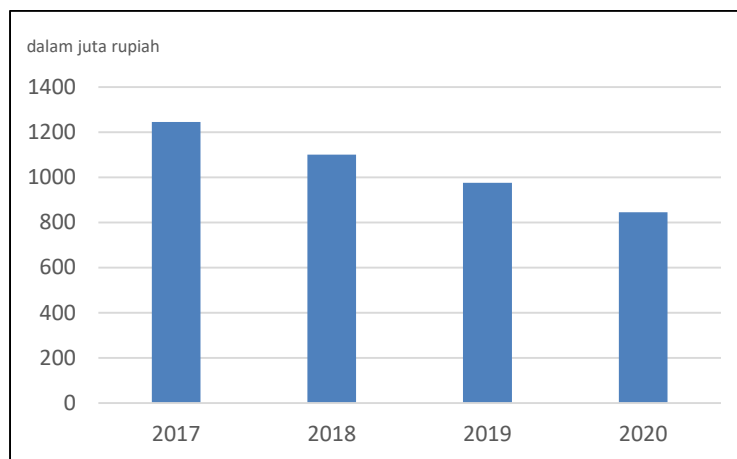
(sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, 2020)

Dengan meningkatnya sepeda motor yang beredar, maka terus meningkat pula kebutuhan sparepart pada sepeda motor. Industri yang berhubungan dengan penjualan *spare part* sepeda motor memiliki peluang yang menjanjikan seiring meningkatnya pengguna sepeda motor dan penjualan sepeda motor di Indonesia. Sparepart sepeda motor merupakan bagian-bagian dari motor yang mendukung fungsi sepeda motor agar dapat bekerja dengan baik. Sparepart sepeda motor juga merupakan komponen penting bagi sepeda motor, karena tanpa sparepart yang cocok, sepeda motor tidak dapat bisa digunakan secara maksimal. Salah satu tempat yang menjual sparepart sepeda motor yaitu Toko SO Motor. Toko SO Motor merupakan toko sparepart motor yang sudah berdiri dari 27 November 2016. Toko ini beralamat di Jl. Raya Cilebut No.35, RT.03/RW.01, Cilebut Tim., Kec. Sukaraja, Bogor, Jawa Barat. Toko ini menjual sparepart sepeda motor Honda, Yamaha, Kawasaki, dan Suzuki. Yang menjadi kelebihan toko ini dibanding toko sparepart lainnya adalah harga yang terjangkau dan lengkapnya sparepart khususnya untuk motor Honda sehingga seringkali bengkel-bengkel yang berada di sekitar Bogor, Cilebut dan sekitarnya berbelanja di toko ini. Dalam operasionalnya, toko ini hanya terdiri dari 1 orang pemilik dan tidak dibantu oleh pekerja lainnya. Toko ini beroperasi setiap harinya dari pukul 8 pagi hingga 6 sore. Dalam pengambilan barang, toko ini langsung memesan ke beberapa pemasok sehingga keaslian dari barang yang dijual sudah terjamin kualitasnya.



Gambar 1.2 Tampak Depan Toko SO Motor

Selain memiliki beberapa kelebihan akan tetapi Toko SO Motor mengaku bahwa mengalami penurunan penjualan serta target penjualan yang belum dicapai. Menurut wawancara dengan pemilik toko yaitu Bapak Supardhy, terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab terjadinya angka penurunan ini antara lain semakin banyaknya pesaing serta buruknya perekonomian Indonesia sehingga menurunkan minat beli masyarakat. Berikut Gambar 1.3 merupakan grafik angka penjualan Toko SO Motor pada tahun 2017-2020.



Gambar 1.3 Grafik Angka Penjualan Toko SO Motor

Kurangnya strategi bisnis yang ada di Toko SO Motor merupakan suatu kendala yang dihadapi, oleh sebab itu model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dibutuhkan. Menurut Fred R. David (2012), menjelaskan bahwa *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan alat ukur obyektif yang dapat digunakan untuk menentukan strategi alternatif yang paling baik bagi perusahaan berdasarkan faktor-faktor eksternal maupun internal. Selain itu QSPM merupakan alat analisis yang lebih efektif daripada analisis IFE, EFE, maupun SWOT dikarenakan model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) merupakan tahapan akhir didalam penyusunan strategi perusahaan dalam strategi bisnis.

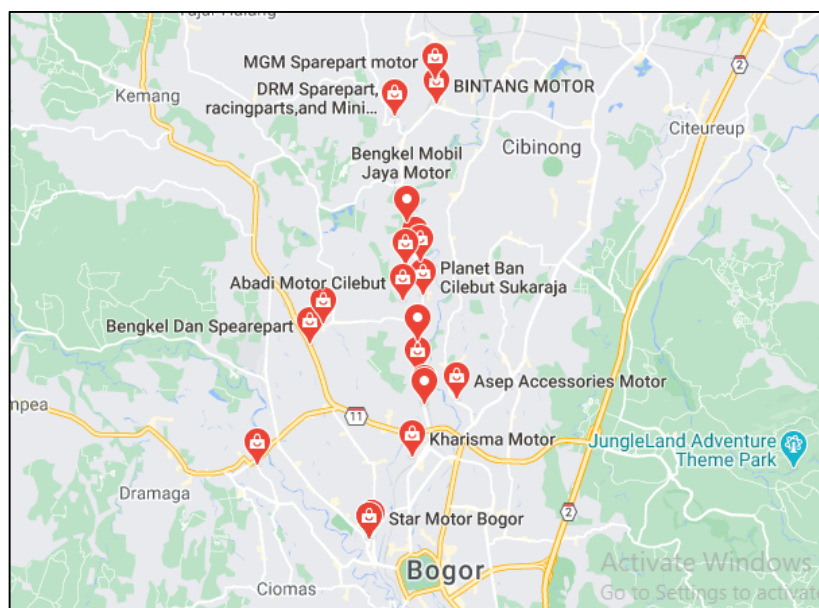
Penjualan pada Toko SO Motor terjadi penurunan setiap bulannya. Pemilik Toko SO Motor ingin mengetahui penyebab dari penurunan angka penjualan serta tidak tercapainya target yang telah ditetapkan. Selain itu Toko SO Motor ingin memajukan usahanya dengan meningkatkan penjualan agar tercapainya target yang telah ditetapkan. Untuk itu dibutuhkan strategi serta usulan yang efektif dan efisien menggunakan model QSPM (*Quantitative Strategic*

Planning Matrix) agar dapat meningkatkan penjualan serta tercapainya target penjualan.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi yang telah dijelaskan pada latar belakang terkait dengan target penjualan, ditemukan terjadinya masalah pada penurunan target penjualan dan saat ini tidak memiliki strategi bisnis yang formal. Persaingan yang tinggi antar toko *spare part* yang berada di Cilebut juga dapat mempengaruhi angka penjualan di toko ini. Cilebut merupakan desa di kecamatan yang berada di Sukaraja, Bogor. Cilebut memiliki jumlah kepadatan penduduk 205.599 jiwa/km² pada tahun 2017.

Permasalahan yang ditemukan pada Toko SO Motor berupa wawancara dengan pemilik toko dan melakukan pengamatan secara langsung. Menurut wawancara dengan pemilik toko yaitu Bapak Supardhy, terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab terjadinya angka penurunan ini antara lain semakin banyaknya pesaing serta buruknya perekonomian Indonesia yang membuat minat beli masyarakat menurun. Saat ini, Cilebut sudah terdapat banyak bengkel dan sparepart sepeda motor yang beroperasi di kawasan Cilebut. Pada Gambar I.4 ditampilkan hasil *plotting* sparepart dan bengkel sepeda motor yang berada di Cilebut.



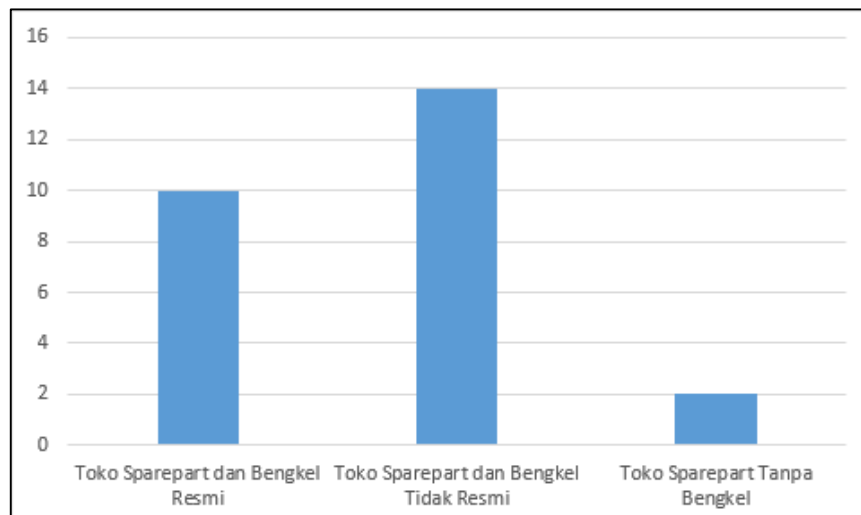
Gambar I.4 *Plotting* Sparepart dan Bengkel Sepeda Motor di Cilebut

Selain mendapatkan hasil menggunakan *Google Maps*, karena adanya keterbatasan data dari *Google*, selanjutnya pada Tabel I.2 akan ditampilkan nama bengkel, jenis toko, dan tahun berdiri. Tabel ini berisikan nama toko, kategori toko, lokasi beserta lama tahun berdiri. Berikut dipaparkan Tabel I.2 merupakan daftar toko sparepart dan bengkel motor di Cilebut.

Tabel I.2 Daftar Toko Sparepart dan Bengkel Motor di Cilebut

No.	Nama Toko	Kategori Toko	Lokasi	Lama Tahun Berdiri
1	Syafa's Mandiri Motor Yamaha Service Center	A	Jl. Raya Cilebut	±15 tahun
2	Bengkel Paju Raya Motor	B	Jl. Raya Cilebut	±10 tahun
3	Bengkel Motor Bubed	B	Jl. Raya Cilebut	±10 tahun
4	Ahass Raja Motor 9636	A	Jl. Raya Cilebut	±15 tahun
5	Bengkel Rudi	B	Jl. Raya Cilebut	±15 tahun
6	Tambal Ban	B	Jl. Raya Cilebut	±10 tahun
7	Planet Ban Cilebut Sukaraja	B	Jl. Raya Cilebut	±15 tahun
8	Pupunk Motor Spare Part	B	Jl. Raya Cilebut	±10 tahun
9	Aditya Motor	B	Jl. Raya Cilebut	±10 tahun
10	Borobudur Makmur Motor	C	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
11	Barokah Motor 2	B	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
12	Bintang Motor	B	Jl. Raya Bogor	±10 tahun
13	Ahass CV Chikara	A	Jl. Raya Bogor	±20 tahun
14	Subur Motor	B	Jl. Raya Bogor	±10 tahun
15	Honda Murni Motor	A	Jl. Raya Bogor	±30 tahun
16	Sinar Jaya Motor	B	Jl. Raya Bogor	±10 tahun
17	Semeru Suzuki Motor	A	Jl. Raya Bogor	±20 tahun
18	Ahass Putera Jaya Sentosa	A	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
19	Ahass Boneza Motor	A	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
20	Ahass Terang Motor	A	Jl. Raya Bogor	±10 tahun
21	Yamaha Putera Bogor	A	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
22	Wahana Motor	B	Jl. Raya Bogor	±20 tahun
23	Sandjaja Motor	A	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
24	Daya Motor	A	Jl. Raya Bogor	±15 tahun
25	AJM Motor	B	Jl. Raya Bogor	±10 tahun
26	MGM Sparepart Motor	C	Jl. Raya Bojong Gede	±20 tahun

Berdasarkan hasil pengamatan secara langsung, sampai tahun 2021 sudah terdapat 26 toko *spare part* dan bengkel motor yang berada di lokasi Cilebut baik bersifat bengkel resmi atau toko biasa. Pada Tabel I.2 dibuat kategori toko untuk membedakan jenis tiap toko. A merupakan kategori untuk toko dan bengkel resmi, B merupakan kategori untuk toko dan bengkel tidak resmi, dan C merupakan kategori untuk toko penjualan *sparepart* tanpa ada bengkel. Saat ini di Cilebut terdapat 10 toko kategori A, 14 toko kategori B, dan 2 toko kategori C. Data yang didapatkan dapat dilihat bahwa sebagian besar persaingan di Cilebut memiliki sistem bisnis yang berbeda dengan Toko SO Motor dengan sistem penjualan beserta perbaikan sepeda motor. Pada Gambar I.5 dipaparkan grafik jumlah bengkel menurut kategori toko.



Gambar I.5 Grafik Jumlah Kategori Jenis Sparepart dan Bengkel di Cilebut

Pada Tabel I.2 ditampilkan nama jalan dari lokasi usaha toko maupun bengkel. Cilebut merupakan daerah antara Jalan Raya Bojonggede dan Jalan Raya Bogor. Jalan Raya Bogor merupakan jalan utama yang menghubungkan Bogor, Kabupaten Bogor, Depok, serta Jakarta. Banyak toko *sparepart* dan bengkel sepeda motor dengan jumlah 16 yang berlokasi di jalan ini. Jalan Raya Cilebut merupakan perbatasan Kota Bogor dengan Kabupaten Bogor. Meskipun Jalan Raya Cilebut bukan jalan utama, namun dapat dikatakan merupakan akses jalan yang penting bagi Kota Bogor. Pada jalan ini terdapat 9 toko *sparepart* dan bengkel sepeda motor yang berlokasi di daerah ini. Kemudian terdapat juga Jalan Raya Bojonggede. Pada Jalan Raya Bojonggede terdapat 1 toko *sparepart* sepeda motor yang berlokasi di daerah ini.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, target pasar menurut pemilik Toko SO Motor sendiri adalah masyarakat Kota Bogor serta Kabupaten Raya (Bojonggede, Cibinong, Ciomas, Parung) khususnya yang tinggal di daerah dekat Toko SO Motor. Pada tanggal 29-31 Maret 2021, dilakukan wawancara terhadap 10 responden (target pasar) yang terdiri dari 2 pemilik bengkel motor, 2 masyarakat Kota Bogor, 4 karyawan bengkel motor, 1 pekerja di Kota Bogor yang menggunakan sepeda motor, dan 1 mahasiswa di Kota Bogor yang menggunakan sepeda motor. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan hasil bahwa 10 responden telah bertransaksi di Toko SO Motor. Transaksi tetap dilakukan dari sebelum masa pandemi COVID-19 hingga saat ini terutama pemilik bengkel motor serta karyawan bengkel yang berlokasi didekat Toko SO Motor. Berikut merupakan profil responden wawancara dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Profil Responden Wawancara

Responden Ke-	Keterangan
1	Pemilik bengkel motor di Cilebut.
2	Masyarakat Kota Bogor.
3	Karyawan bengkel motor di Cilebut.
4	Pekerja di Kota Bogor yang menggunakan sepeda motor.
5	Karyawan bengkel resmi Yamaha.
6	Karyawan bengkel motor di Cilebut.
7	Karyawan toko sparepart motor.
8	Masyarakat Kota Bogor.
9	Pemilik bengkel motor di Bojonggede.
10	Mahasiswa di Kota Bogor yang menggunakan sepeda motor.

Pada Tabel I.3 dapat dilihat mengenai profil responden yang telah diwawancarai. Masing-masing responden dilakukan wawancara untuk dijadikan sebagai *sample*. Responden tersebut mulai dari mahasiswa, pemilik bengkel, karyawan bengkel, dan masyarakat sekitar yang semuanya berdomisili di Kota Bogor. Berikut merupakan Tabel I.4 yang berisikan frekuensi transaksi serta kepuasan responden saat berbelanja di Toko SO Motor.

Tabel I.4 Frekuensi Transaksi, Teknik Pembelian, serta Kepuasan Responden

Responden ke-	Frekuensi Transaksi	Kepuasan
1	Sering	Puas
2	Jarang	Puas
3	Sering	Puas
4	Jarang	Puas

(lanjut)

Tabel I.4 Frekuensi Transaksi, Teknik Pembelian, serta Kepuasan Responden (lanjutan)

Responden ke-	Frekuensi Transaksi	Kepuasan
5	Sering	Puas
6	Sering	Puas
7	Sering	Puas
8	Jarang	Puas
9	Sering	Puas
10	Jarang	Puas

Pada Tabel I.4 dapat dilihat mengenai responden yang telah melakukan transaksi di Toko SO Motor. Berdasarkan Tabel I.4 terdapat 4 responden yang jarang melakukan transaksi. Kategori jarang ketika responden membeli sparepart sepeda motor kurang dari 10 kali selama setahun. Kemudian terdapat 6 responden yang sering melakukan transaksi. Kategori sering ketika responden membeli sparepart sepeda motor lebih dari sama dengan 10 kali atau berbelanja setiap sebulan sekali.

Kemudian dapat dilihat juga mengenai kepuasan responden di Toko SO Motor. Seluruh responden yang pernah melakukan transaksi di Toko SO Motor merasa puas untuk melakukan transaksi disana. Kepuasan dinilai dari pelayanan yang diberikan, kualitas barang, harga yang diberikan, serta kenyamanan saat melakukan transaksi. Berikut dipaparkan Tabel I.5 mengenai jawaban dari pertanyaan tentang kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh Toko SO Motor.

Tabel I.5 Kelebihan dan Kekurangan Toko SO Motor

Responden ke-	Kelebihan	Kekurangan
1	Harga relatif murah, pembelian barang dapat grosir, pelayanan baik.	Kurangnya kegiatan pemasaran.
2	Pelayanan baik, barang memiliki kualitas yang baik, harga relatif murah.	Protokol kesehatan perlu ditingkatkan.
3	Pembelian barang dapat grosir, harga relatif murah.	Kurangnya strategi penjualan agar dapat menjangkau masyarakat yg lebih luas.
4	Barang memiliki kualitas yang baik, pelayanan baik	Protokol kesehatan perlu ditingkatkan.
5	Harga relatif murah, lokasi strategis, pelayanan baik	Barang yang ditawarkan tidak selalu ada.
6	Pelayanan baik, lokasi strategis.	Barang yang ditawarkan kurang lengkap.

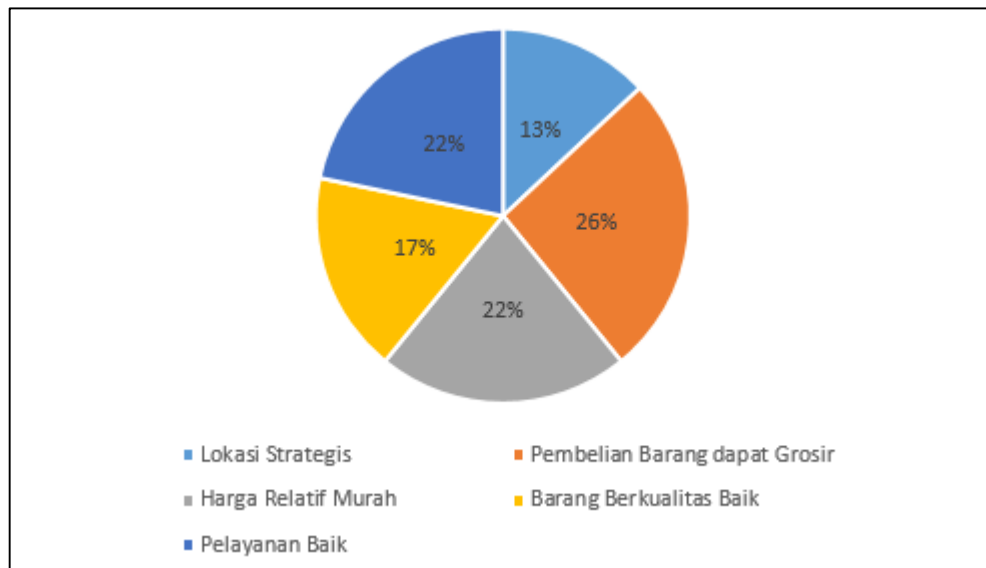
(lanjut)

Tabel I.5 Kelebihan dan Kekurangan Toko SO Motor (lanjutan)

Responden ke-	Kelebihan	Kekurangan
7	Pembelian barang dapat grosir, lokasi strategis, barang berkualitas baik	Barang yang ditawarkan kurang lengkap, protokol kesehatan perlu ditingkatkan.
8	Barang memiliki kualitas yang baik, pembelian barang dapat grosir	Lokasi yang kurang strategis.
9	Harga relatif murah, pembelian barang dapat grosir	Lokasi yang cukup jauh, kurangnya promosi
10	Pembelian barang dapat grosir	Barang yang ditawarkan tidak selalu ada.

Pada Tabel I.5 dapat dilihat mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Toko SO Motor. Pertama dari segi kelebihan, responden menyatakan bahwa kelebihan yang dimiliki Toko SO Motor adalah lokasi yang strategis karena mudah diakses dalam melakukan pembelian sparepart secara *offline*. Selain itu juga sparepart yang ditawarkan dengan harga yang relatif murah dan dapat dibeli secara grosir. Responden juga diberikan barang yang ditawarkan dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang diberikan pun baik. Responden memiliki relasi yang baik dengan pemilik Toko SO Motor. Kedua merupakan kekurangan yang dimiliki Toko SO Motor. Responden mengatakan bahwa masih kurangnya kegiatan pemasaran sehingga belum diketahui banyak orang. Kemudian barang yang ditawarkan belum tentu ada stoknya dan kurang lengkap. Padahal minat beli responden terhadap sparepart sepeda motor cukup tinggi, sehingga responden terkadang harus pergi ke toko lain untuk mencari barangnya. Responden juga mengatakan bahwa protokol kesehatan masa pandemi COVID-19 ini perlu ditingkatkan lagi.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada responden terdapat beberapa alasan konsumen berbelanja ke Toko SO Motor antara lain lokasi strategis, pembelian barang dapat grosir, harga yang ditawarkan relatif lebih murah, barang memiliki kualitas yang baik, dan pelayanan yang diberikan baik. Pada Gambar I.6 merupakan alasan konsumen berbelanja di Toko SO Motor.



Gambar I.6 Alasan Berbelanja ke Toko SO Motor

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan didapatkan bahwa mayoritas konsumen berbelanja di Toko SO Motor dikarenakan pembelian barang dapat dilakukan secara grosir. Hal ini dikarenakan hanya Toko SO Motor yang dapat melakukan pembelian barang secara grosir di daerah Cilebut.

Selanjutnya konsumen kedua terbanyak merupakan konsumen yang berbelanja di Toko SO Motor dikarenakan harga relatif murah dan pelayanan yang diberikan baik. Toko SO Motor dapat menjual barang dengan harga yang relatif murah dibandingkan toko lain. Pembeli dapat membeli jumlah yang banyak dan mendapatkan harga yang lebih murah. Kemudian pelayanan yang diberikan oleh Toko SO Motor ialah baik, karena konsumen diberikan pelayanan sebaik mungkin agar konsumen datang kembali ke Toko SO Motor.

Konsumen ketiga terbanyak merupakan konsumen yang berbelanja di Toko SO Motor dikarenakan barang yang dijual berkualitas baik. Barang yang ditawarkan kepada konsumen merupakan barang yang berkualitas baik dan orisinal meskipun Toko SO Motor juga menawarkan barang kualitas yang lebih rendah dengan harga yang lebih murah, konsumen tidak kecewa dengan barang yang ditawarkan.

Kemudian konsumen keempat terbanyak merupakan konsumen yang berbelanja di Toko SO Motor dikarenakan lokasi yang strategis. Hal ini

dikarenakan Toko SO Motor berada di Jalan Raya Cilebut dan lokasi yang berdekatan dengan Stasiun Cilebut.

Diperlukan strategi yang tepat dengan mengetahui segala bentuk kekuatan dan kelemahan internal dan eksternal usaha. Keadaan pasar yang semakin kompleks membuat pemilik Toko SO Motor untuk memiliki strategi yang bisnis yang tepat. Pemilik toko juga perlu melihat segala bentuk peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh usahanya. Keberadaan toko tergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam melihat peluang-peluang pasar yang ada serta mengantisipasi segala kemungkinan persaingan usaha. Untuk meningkatkan penjualannya, Toko SO Motor perlu memperluas pasar dan target konsumennya.

Toko SO Motor membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan agar tercapainya target penjualan, khususnya dalam masa pandemi COVID-19. Berdasarkan analisis kondisi yang ada dan untuk menganalisis kekuatan Toko SO Motor, dilakukan analisis keunggulan kompetitif dengan menggunakan *Porter's Five Forces Model*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat persaingan di dalam industri khususnya dengan toko lain yang berada di daerah Cilebut. Selanjutnya perlu juga dilakukan analisis menyeluruh dari berbagai kondisi baik internal maupun eksternal. Analisis yang tepat menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh Toko SO Motor, maka dibuatlah beberapa rumusan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah berdasarkan uraian penjelasan di atas adalah:

1. Bagaimana posisi strategi bisnis yang dimiliki oleh Toko SO Motor saat ini dan apakah posisi strategi bisnis tersebut masih relevan untuk digunakan saat ini?
2. Apa saja alternatif-alternatif strategi bisnis yang dapat dilakukan Toko SO Motor untuk meningkatkan penjualan?
3. Bagaimana strategi bisnis yang terpilih untuk meningkatkan penjualan di Toko SO Motor?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada subbab ini akan dipaparkan mengenai pembatasan masalah dan asumsi yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Tujuannya agar tinjauan masalah yang dilakukan tidak terlalu meluas dan pembahasannya menjadi terfokus. Berikut merupakan batasan masalah yang diberikan:

1. Penelitian dilakukan di Toko SO Motor yang berlokasi di Jl. Raya Cilebut No.35, RT.03/RW.01, Cilebut Tim., Kec. Sukaraja, Bogor, Jawa Barat.
2. Penelitian dilakukan menggunakan data dari tahun 2016-2020
3. Terdapat beberapa informasi yang bersifat terbatas untuk menjaga kerahasiaan dari Toko SO Motor.
4. Penelitian hanya dilakukan sampai pada penyusunan strategi bisnis dan evaluasi kondisi saat ini.

Asumsi masalah diberikan untuk menyederhanakan penelitian yang dilakukan dari kondisi aktualnya. Adapun asumsi yang diberikan pada penelitian ini adalah solusi yang diberikan untuk Toko SO Motor dapat digunakan dalam masa pandemi maupun keadaan normal.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi strategi bisnis menggunakan model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang dimiliki oleh Toko SO Motor dan relevansi dengan kondisi saat ini.
2. Memberikan beberapa alternatif mengenai strategi bisnis menggunakan model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang tepat untuk Toko SO Motor.
3. Mengetahui strategi bisnis menggunakan model QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang terpilih untuk meningkatkan penjualan di Toko SO Motor.

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi toko secara khusus dan pembaca secara umum. Berikut merupakan manfaat penelitian tersebut:

1. Manfaat untuk pengembangan penelitian yaitu memberikan referensi tambahan untuk para pembaca upaya meningkatkan penjualan khususnya untuk industri penjualan sparepart sepeda motor.
2. Manfaat penelitian bagi Toko SO Motor yaitu pemberian usulan kiranya dapat diterapkan dan digunakan sebagai upaya meningkatkan angka penjualan.
3. Manfaat bagi peneliti adalah mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari guna menyelesaikan permasalahan yang ada.
4. Manfaat bagi pembaca adalah memberikan referensi bagi pembaca agar berguna untuk penelitian-penelitian lanjutan.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai metodologi yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian. Adapun tahapan-tahapan penentuan metodologi penelitian yang dilakukan sebagai berikut.

1. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Tahap awal dilakukan identifikasi terhadap masalah-masalah yang ada pada Toko SO Motor. Identifikasi masalah dilakukan dengan mengumpulkan data-data historis yang dimiliki Toko SO Motor dan mengambil data secara langsung selama kegiatan penelitian. Data-data yang telah dikumpulkan tersebut dilanjutkan dengan mengidentifikasi dan berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi tersebut kemudian dibuat rumusan masalah.

2. Penentuan Asumsi dan Batasan Masalah

Tahap kedua yang dilakukan setelah melakukan identifikasi dan perumusan masalah yaitu menentukan asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian. Tujuannya agar penelitian terfokus dan terarah kepada masalah yang ingin dibahas. Selain itu, ditentukan juga beberapa batasan masalah yang digunakan untuk sebagai pembatas atas penelitian yang dilakukan.

3. Studi Literatur

Tahap ketiga yang dilakukan adalah studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Teori-teori yang dikumpulkan akan menjadi dasar dalam melakukan penelitian serta pengolahan data dan pemberian usulan.

4. Analisis Eksternal dan Internal

Tahap keempat yang dilakukan ialah analisis secara eksternal dan internal. Analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang ada diluar perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan. Kemudian analisis internal dilakukan untuk mengetahui kondisi dalam perusahaan sehingga dapat diketahui kekuatan serta kelemahan perusahaan. Lingkungan eksternal dianalisis menggunakan lima kekuatan porter dan analisis SWOT, sedangkan internal dengan menganalisis visi, misi, serta tujuan Toko SO Motor.

5. Perumusan Strategi Alternatif

Tahap kelima yang dilakukan perumusan strategi alternatif yang dilakukan dengan analisis eksternal dan internal. Perumusan strategi ini disesuaikan dengan kondisi yang sesuai dengan kondisi usaha saat ini untuk menghadapi persaingan. Perumusan strategi alternatif menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks TOWS, dan QSPM.

6. Formulasi Strategi Bisnis

Tahap keenam yang dilakukan membuat strategi bisnis. Berdasarkan hasil masukan dari analisis eksternal dan internal serta analisis model saat ini dilakukan pembuatan formulasi strategi bisnis yang tepat dan relevan untuk perusahaan saat ini. Pembuatan formulasi startegi bisnis ini diharapkan mampu memperbaiki permasalahan yang dimiliki oleh perusahaan.

7. Analisis

Tahap ketujuh yang dilakukan analisis terhadap pengolahan data yang telah dikumpulkan pada bab-bab sebelumnya serta alternatif strategi yang telah dipilih oleh Toko SO Motor.

8. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yang dilakukan yaitu pembuatan kesimpulan dan saran. Pembuatan kesimpulan dilakukan setelah rangkaian penelitian telah selesai dilakukan. Diberikan juga saran kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada dan terjadi pada perusahaan.

Selanjutnya dipaparkan Gambar I.7 yang merupakan tahapan-tahapan metodologi penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan *flowchart* tahapan-tahapan metodologi penelitian.



Gambar I.7 Tahapan Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian terbagi menjadi lima bab, yakni pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan sistem, serta kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I disampaikan mengenai latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian, baik dari awal identifikasi masalah hingga proses pengolahan data dan pada akhirnya tercapai tujuan kerja praktik. Teori-teori tersebut diambil dari buku maupun jurnal yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian sehingga diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah yang diteliti.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab III dipaparkan mengenai data yang diperoleh dan cara data tersebut diolah. Pada Bab ini berisi deskripsi perusahaan, profil konsumen dan kompetitor, penggunaan metode *PEST analysis*, *Porter's five forces analysis*, *SWOT analysis*, dan QSPM. Kemudian dilakukan formulasi strategi bagi perusahaan menggunakan matriks TOWS.

BAB IV ANALISIS

Bab IV berisi paparan mengenai analisis hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan pada Bab sebelumnya. Dilakukan pembahasan terkait metode-metode yang digunakan dan akhirnya diberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan dari penelitian yang menjawab rumusan masalah penelitian. Selain itu saran terkait penelitian pun disampaikan sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun penelitian selanjutnya.